

0-794686

На правах рукописи



Зверев Алексей Викторович

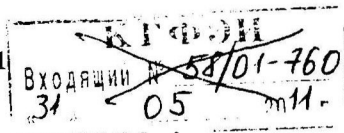
**НАПРАВЛЕНИЯ МОДЕРНИЗАЦИИ РЕГИОНАЛЬНОГО
ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО РЫНКА**

08.00.05 – экономика и управление народным хозяйством
(региональная экономика)

АВТОРЕФЕРАТ

диссертации на соискание ученой степени
кандидата экономических наук

Волгоград – 2011



Работа выполнена в Волгоградском государственном университете

Научный руководитель

доктор экономических наук, доцент
Фетисова Ольга Владимировна

Официальные оппоненты:

доктор экономических наук, профессор
Шаховская Лариса Семеновна
кандидат экономических наук
Демидов Владимир Алексеевич

НАУЧНАЯ БИБЛИОТЕКА КФУ



0000793469

Ведущая организация

Ростовский государственный
экономический университет (РИНХ)

Защита состоится 24 июня 2011 г. в 13.30 на заседании диссертационного совета Д 212.029.01 по экономическим наукам в ГОУ ВПО «Волгоградский государственный университет», по адресу: 400062, г. Волгоград, проспект Университетский, 100, ауд. 2-05 «В».

С диссертацией можно ознакомиться в библиотеке ГОУ ВПО «Волгоградский государственный университет».

Автореферат разослан и размещен на официальном сайте Волгоградского государственного университета (<http://www.volsu.ru>) 24 мая 2011 г.

Учёный секретарь диссертационного совета
доктор экономических наук, профессор

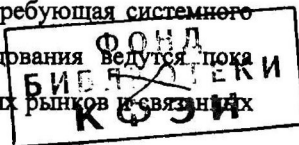
Тимофеева Г.В.

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

Актуальность темы исследования. Проводимая модернизация экономики России требует системности, сбалансированности и синхронности данного процесса в отраслевом и территориальном аспектах. Потребительский рынок как неотъемлемая часть воспроизводственной системы обеспечивает связь производства и потребления, реализацию большей части товаров и услуг конечного потребления и влияет на уровень жизни населения России. Поэтому в современных условиях особое значение приобретает модернизация потребительского рынка. Однако в экономической политике страны, стратегических документах, в целевых программах различного уровня и национальных проектах эти аспекты будущего развития экономики России не нашли должного отражения.

Рыночные реформы способствовали созданию новых условий и механизмов регулирования товарных потоков, структуры и масштабов товарной массы, параметров ее обмена и распределения. При этом они оказались недостаточно эффективными в потребительском секторе как в социальном, так и в экономическом аспекте. Это особенно касается уровня региональных потребительских рынков, где преобразования далеко не всегда соответствуют актуальным тенденциям аллокации ресурсов и товаров. От кризиса и реформ в системе потребительских рынков закономерен переход к стадии ее модернизации в направлении стратегических ориентиров всей отечественной системы хозяйствования на обеспечение достойного уровня жизни населения России. Эта модернизация предполагает системное обновление структурных и функциональных параметров потребительского рынка не только в стране, но и в ее регионах.

Проведение модернизации регионального потребительского рынка, как и всей рыночной инфраструктуры, – актуальная задача, требующая системного подхода в теории управления и практике, но исследования ведутся пока фрагментарно в отдельных аспектах конкретных товарных рынков и связанных



с ними элементов инфраструктуры. Недостаточная методологическая разработанность проблемы, ее сложность и многогранность требуют дополнительных теоретических исследований.

Изложенные обстоятельства определили выбор темы, формулировки цели и задач, логику, структуру и содержание диссертационного исследования.

Степень разработанности проблемы. Интерес к различным аспектам потребительского рынка, экономическим закономерностям его развития и механизму функционирования, торговой политике государства проявляется в работах классиков политической экономии Д. Рикардо, А. Смита, представителей неоклассики Т. Мальтуса, Ж. Сисмонди и Ж.-Б. Сэя.

Теория потребления, используемая для современной оценки совокупного потребительского спроса, представлена в трудах Л. Вальраса, Ст. Джевонса, Дж. Кларка, К. Маркса, К. Менгера, В. Парето и др.

Общие проблемы модернизации российской экономики на современном этапе нашли многогранное отражение в трудах Л. Абалкина, Е. Гайдара, С. Глазьева, В. Ивантера, В. Иноземцева Д. Львова, В. Маевского, В. Макарова, В. Мау, А. Некипелова, Е. Ясина.

Вклад в разработку методологии и теории стратегического развития регионов России в различных аспектах внесли А. Гранберг, Н. Добрецов, О. Иншаков, Г. Клейнер, А. Конторович, В. Кулешов, П. Минакир, В. Окрепилов.

Основы теории потребительского рынка были сформулированы в работах зарубежных экономистов У. Алдерсона, Б. Бери, Дж. Даусона, К. Джонса, П. Друкера, Р. Дэвиса, Ф. Котлера, Дж. Симонса, О. Уильямсона, А. Шоу и др.

Значительную роль в создании отечественной теории потребительского рынка сыграли И. Корженевский, Ф. Крутиков, А. Левин, В. Маневич, П. Маслов, В. Нефедов, А. Орлов, Б. Соловьев, Л. Столмов, Р. Шнипер. Различные аспекты развития потребительского рынка и рыночной инфраструктуры исследованы в работах Г. Абрамзонян, А. Асанбеяна, Ю. Александрова, И. Белявского, А. Бервальда, К. Вальтуса, И. Терциковой,



Е. Голубкова, А. Горячева, В. Демидова, С. Ерохина, П. Завьялова, С. Загладиной, С. Комлева, Л. Корецкой, Ф. Левшина, Е. Мухановой, Л. Наговициной, Т. Николаевой, А. Новоселова, В. Петрова, В. Радаева, Л. Рувинской, Е. Русской, В. Салий, Л. Самсонова, А. Соломатина, Н. Терещенко, Л. Шаховской и др.

Высоко оценивая вклад этих ученых в развитие теории и практики развития регионального потребительского рынка, следует отметить, что пока еще не разработан комплексный методологический и методический инструментарий его модернизации, что послужило основанием для выбора темы, постановки цели и формулирования задач диссертационной работы.

Цель диссертационного исследования состоит в теоретико-методическом обосновании и разработке направлений структурно-функциональной модернизации регионального потребительского рынка для обеспечения его эффективного функционирования в воспроизводственной системе региона.

Указанная цель определила постановку и решение следующих **задач**:

- с позиции эндогенного и экзогенного подходов выделить специфические признаки, характеризующие экономическое содержание регионального потребительского рынка;
- представить содержание, тенденции и противоречия структурно-функциональной модернизации регионального потребительского рынка на различных уровнях организации экономического пространства;
- определить особенности формирования спроса и предложения на региональном потребительском рынке;
- на основе анализа структурной динамики отраслей и деятельности сетевых предприятий на региональном потребительском рынке выявить проблемы его развития;
- разработать алгоритм осуществления модернизационных преобразований регионального потребительского рынка;

- предложить мероприятия структурно-функциональной модернизации потребительского рынка региона с определением ее этапов на макро- и мезоуровнях;

- разработать модель и методику оценки инновационного бизнес-процесса в рамках структурно-функциональной модернизации регионального потребительского рынка на микроуровне.

Объектом исследования является региональный потребительский рынок как элемент социально-экономической системы региона с позиции эволюции и потенциала его структурно-функциональной модернизации.

Предметом исследования являются управленческие отношения, противоречия, тенденции и механизмы взаимодействия между хозяйствующими субъектами разных видов и уровней в процессе структурно-функциональной модернизации регионального потребительского рынка.

Теоретической основой диссертационного исследования послужили концепции и гипотезы, представленные в работах отечественных и зарубежных ученых по экономической теории, пространственной экономике, региональной экономике, региональным потребительским рынкам, посвященные проблемам их эволюции и модернизации, формирования и эффективного функционирования.

Методология исследования. С позиции диалектической логики в рамках системного и эволюционного подходов автор применил структурный, функциональный, статистический и эмпирический методы качественного и количественного анализа субъектов и объектов, процессов и проектов в аспекте актуального описания и обоснования повышения эффективности и модернизации региональных потребительских рынков.

Информационно-эмпирической базой исследования послужили законодательные и нормативно-правовые акты Федерального Собрания РФ, Президента и Правительства РФ; официальные данные Федеральной службы государственной статистики, Министерства финансов РФ, Института экономического анализа РФ; материалы Торгово-промышленной палаты,

научно-практических конференций и симпозиумов; информация, опубликованная в периодической печати, специальной научной литературе, глобальной информационной сети; собственные исследования и расчеты автора.

Положения диссертации, выносимые на защиту:

1. Региональный потребительский рынок – относительно обособленная, устойчиво локализованная сегментная подсистема национального рынка, которая структурно и функционально выделилась на основе территориального и отраслевого разделения труда в соответствии с природно-техническими и социально-экономическими условиями конкретного экономического пространства. Эта подсистема специфична по субъектам и объектам отношений, ограниченным ресурсам и эксплуатируемым факторам, осуществляемым проектам и процессам, уровню концентрации и специализации трансакций, степени монополизации и конкуренции, а также по сопутствующим интернальным и экстернальным эффектам.

2. Структурно-функциональное представление регионального потребительского рынка как системы трансакционных отношений, связывающих производителей и продавцов товаров и услуг с их покупателями и потребителями на основе совмещения реального спроса и предложения посредством достижения согласованных цен, определяет вектор и содержание его глубокого обновления. Основными направлениями данного процесса становятся: создание необходимых институций и организаций экономических субъектов и агентов; достижение достаточного уровня коммуникации и координации взаимодействия в рыночной среде; обеспечение гармонизации интересов участников рыночных отношений; достижение системного результата обновления параметров полезности и стоимости товаров и услуг, размеров затрат и эффектов; обеспечение проектного внедрения актуальных и рациональных инноваций.

3. Модернизация регионального потребительского рынка – эволюционная форма глубокого обновления всех трансформационных

(работники, техника и материалы) и транзакционных (институты, организации и информация) факторов деятельности участников рынка для приведения их в соответствие с изменившимися макро и мезо экономическими условиями, преодоления накопленных деформаций и диспропорций, обеспечения эффективного функционирования его секторов и сегментов. Она сочетает органический и неорганический компоненты, осуществляется в догоняющем режиме при доминировании внешних сил. Реализация стратегии структурно-функциональной модернизации регионального потребительского рынка предполагает получение различных целевых эффектов на всех уровнях, имеющих экономическую и социальную составляющую. Критерием достижения целей данной модернизации, позволяющим оценить ее экономическую и социальную эффективность, является интегральный показатель уровня развития потребительского рынка региона.

4. Параметры и соотношение спроса и предложения на региональном потребительском рынке определяются пространственно-региональной аллокацией основных его субъектов и ресурсов. Определение показателей территориальной концентрации рынка и проведенное на их основе зонирование позволяет выделить и сравнить зоны концентрации спроса, обозначив их центры, границы автономных и зависимых периферийных зон потребительского рынка региона. Анализ закономерностей территориального размещения и экспансии сетевых компаний обнаруживает тенденцию освоения потребительского рынка региона сетями от центра к периферии с выделением узлов сетевой локации в зонах повышенной концентрации спроса.

5. Основными проблемами функционирования регионального потребительского рынка являются: неравномерность территориального развития, асимметрия структуры отраслей, низкая конкурентоспособность местных предприятий потребительского рынка по сравнению с зарубежными предприятиями и федеральными сетями, что, в свою очередь, приводит к асимметрии спроса и предложения и неравномерности экономического развития региона в целом. Целями проведения структурно-функциональной

модернизации регионального потребительского рынка являются обеспечение баланса интересов субъектов различных уровней в развитии современных форматов организаций потребительского сектора, создание благоприятных условий для предприятий разных размеров и организационно-правовых форм, что обусловлено необходимостью покрытия спроса и удовлетворения потребностей всех социальных групп населения.

6. В структурно-функциональной модернизации потребительского рынка региона необходимо переходить от «очаговой» формы ее реализации к системной в строгой логической последовательности смены ряда этапов: оценки состояния потребительского рынка региона и выявления взаимосвязей между его составляющими; формализации задач модернизации на основе определения актуальных критериев ее достижения; SWOT-анализа развития потребительского рынка региона с учетом целей и задач модернизации; определения направлений и этапов модернизации; разработки механизма их осуществления; определения методов, инструментов и критериев оценки проводимых преобразований; анализа полученных результатов, создания системы контроля и мониторинга реализации стратегии модернизации.

7. При разработке программно-целевого наполнения этапов структурно-функциональной модернизации регионального потребительского рынка в отраслевом разрезе следует исходить из выявления его актуальных проблем для конкретного региона, опираясь на его сильные стороны и используя существующие возможности, учитывая угрозы и слабые стороны, применяя многоуровневый подход. Обязательным условием становится вертикальное согласование содержания, сроков и этапов модернизации потребительского рынка региона с этапами макроэкономической стратегии «Россия–2025», со стратегией развития торговли в Российской Федерации на 2010–2015 гг. и на период до 2020 г. и Стратегическим планом устойчивого развития города Волгограда до 2025 г.

8. Реализация стратегии структурно-функциональной модернизации потребительского рынка региона на микроуровне предусматривает выделение

хозяйствующего субъекта как самостоятельного объекта целенаправленных инноваций, обеспечивающих не только количественные, но принципиально новые качественные изменения структуры предприятия и выполняемых им функций. Применение методических инструментов оценки бизнес-процессов в субъектах регионального потребительского рынка позволяет повысить эффективность микроэкономического механизма коррекции их деятельности, обеспечить регулярное приведение их потенциала в соответствие с необходимостью соразмерного ответа на внешние и внутренние вызовы и угрозы посредством совершенствования управления и функционирования в тактическом и стратегическом аспектах.

Научная новизна диссертационного исследования заключается в следующем:

- определены специфические признаки регионального потребительского рынка по емкости и масштабам, потенциалу и перспективам развития, что позволило привести новые аргументы (роль, значение и место в воспроизводственной системе региона) для обоснования невозможности системной модернизации регионального хозяйства без обновления потребительского рынка;

- выявлены основные тенденции структурных изменений потребительского рынка региона, значительно проявившиеся во время кризиса и усиливающиеся после его окончания: увеличение числа крупных компаний за счет слияний и поглощения мелких предприятий; расширение географии регионального присутствия крупных сетевых компаний и увеличение количества предприятий; концентрация бизнеса среди ограниченного числа операторов;

- установлены противоречия интересов основных субъектов потребительского рынка и проблемы функционирования регионального потребительского рынка, возникающие вследствие недостаточной эффективности государственного регулирования потребительского рынка, несоответствующего уровня развития инфраструктуры потребительского

рынка, низкой экономической привлекательности отдельных территорий региона, недостаточной конкурентоспособности местных предприятий потребительского рынка по сравнению с зарубежными предприятиями и федеральными сетями;

- предложен алгоритм осуществления модернизационных преобразований регионального потребительского рынка, включающий следующие основные этапы модернизации: разработка механизмов, определение методов, инструментов и критериев оценки проводимых преобразований; анализ полученных результатов при помощи системы контроля и мониторинга реализации стратегии модернизации; корректировка целевых параметров;

- сформирован модельный комплекс возможностей, сильных и слабых сторон потребительского рынка региона в контексте осуществления структурно-функциональной модернизации на основе проведенного SWOT-анализа; выявлены внутренние и внешние угрозы развития потребительского рынка региона в актуальном времени (отсутствие развитого оптового звена с соответствующей инфраструктурой, возрастающие барьеры для входа товаропроизводителей в крупные сетевые компании, низкий профессиональный уровень работников, повышенные стратегические интересы иностранных сетевых компаний к региональному рынку);

- разработана классификация типов территорий региона по критерию экономической привлекательности для предприятий потребительского рынка и предложен дифференцированный подход к формированию и реализации практических методов и инструментов структурно-функциональной модернизации предприятий в зависимости от типа территории;

- предложена модель инновационного бизнес-процесса предприятия потребительского рынка, отличительными особенностями которой являются выделение основных элементов бизнес-процессов, определение внешних и внутренних целевых установок предприятий регионального потребительского рынка;

– разработана методика оценки эффективности бизнес-процессов на предприятиях потребительского сектора на основе показателей, сгруппированных по основным направлениям деятельности организаций потребительского рынка: оптимизация внутрифирменных бизнес-процессов; улучшение финансовых показателей деятельности предприятия; повышение профессионального уровня сотрудников предприятия, которая позволяет повысить эффективность механизма коррекции их деятельности, обеспечить тактическое и стратегическое управление их потенциалом в соответствии с внешними и внутренними вызовами и угрозами.

Теоретическая и практическая значимость результатов исследования состоит в том, что выдвинутые автором теоретические, методические и научно-практические рекомендации могут быть использованы органами государственной власти при разработке социально-экономических стратегий и программ развития регионального потребительского рынка. Предложенная методика оценки эффективности бизнес-процессов на предприятиях данного рынка позволит руководителям не только проводить мониторинг реализации стратегии структурно-функциональной модернизации, но и своевременно вносить коррективы хозяйствующими субъектами в существующие программы и планы развития.

Отдельные положения работы могут быть использованы в преподавании курсов «Региональная экономика», «Межрегиональная торговля», «Теория региональной экономики».

Соответствие диссертации паспорту научной специальности. Отраженные в работе научные положения, выводы и результаты соответствуют области исследования специальности 08.00.05 – экономика и управление народным хозяйством (региональная экономика):

пункту 5.6. «Локальные рынки, их формирование, функционирование и взаимодействие; межрегиональная торговля» – определение специфических признаков регионального потребительского рынка; выявление основных тенденций структурных изменений потребительского рынка региона;

пункту 5.18. «Разработка проблем функционирования и развития предприятий, отраслей и комплексов в регионах; рациональное использование природно-ресурсной базы» – выявление противоречий интересов основных субъектов потребительского рынка и проблем функционирования регионального потребительского рынка; формирование модельного комплекса возможностей, сильных и слабых сторон потребительского рынка региона в контексте осуществления структурно-функциональной модернизации; разработка классификации типов территорий региона по критерию экономической привлекательности для предприятий потребительского рынка и предложение дифференцированного подхода к формированию и реализации методов и инструментов структурно-функциональной модернизации.

Апробация результатов исследования. Основные положения и выводы диссертационной работы на различных этапах представлялись научной общественности в докладах, выступлениях, обсуждались на международных и всероссийских научных конференциях в 2005–2010 гг., в том числе на V Всероссийской научно-практической конференции «Современное состояние и перспективы развития экономики России» (Пенза, 2007 г.); III Межвузовской научно-практической конференции молодых ученых и аспирантов «Теория, практика и перспективы развития современного сервиса» (Волгоград, 2008 г.); Международной научно-практической конференции «Актуальные вопросы развития инновационной экономики в современном обществе» (Саратов, 2010 г.); Международной научно-практической конференции «Экономические аспекты антикризисного развития современного общества» (Саратов, 2010 г.); Всероссийской научно-практической конференции «Эффективное освоение новшеств, информации и идей – условие модернизации хозяйственных систем» (Волгоград, 2011 г.); II Международной научно-практической конференции «Проблемы инновационной экономики, модернизации и технологического развития» (Пенза, 2011 г.); Международной научно-практической конференции «Экономика и управление: актуальные проблемы и тенденции развития» (Новосибирск, 2011 г.).

Отдельные положения диссертационного исследования, касающиеся применения многоуровневого подхода при реализации концепции системной модернизации потребительского рынка региона и выявления наиболее перспективных направлений развития отраслей регионального потребительского рынка использованы при разработке Стратегического плана устойчивого развития города Волгограда до 2025 г. (раздел «Потребительский рынок»), что подтверждается справкой о внедрении результатов исследования.

Отдельные положения исследования используются в процессе преподавания учебной дисциплины «Региональная экономика» в Российском государственном университете сервиса и туризма.

Публикации. Основные результаты диссертационного исследования нашли отражение в 12 научных публикациях автора общим объемом 14,75 п.л., в том числе авторских – 8,92 п.л., из них 4 работы в журналах и научных изданиях, рекомендованных ВАК РФ.

Структура и объем работы. Диссертация состоит из введения, трех глав, заключения, списка использованной литературы, включающего 290 источников, приложений. Содержание диссертации изложено на 160 страницах печатного текста, иллюстрировано 21 рисунком, 23 таблицами и приложениями.

ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ

Во введении раскрыта актуальность разрабатываемой проблемы, ее теоретико-методологическое и практическое значение, определены цель, задачи, объект и предмет исследования, методологические, информационно-эмпирические и нормативные основы исследования, представлены положения, выносимые на защиту, раскрыта научная новизна, теоретическая и практическая значимость работы, освещена апробация результатов исследования.

Первый комплекс проблем, рассмотренных в диссертации, связан с исследованием теоретических основ модернизации регионального потребительского рынка, определением его сущности, роли и значения по емкости и масштабам, потенциалу и перспективам развития в воспроизводственной системе, выявлением закономерностей и основных тенденций развития потребительского рынка на современном этапе, обоснованием необходимости и возможности его модернизации с учетом потребностей и интересов, мотивирующих общество на ее реализацию.

Региональный потребительский рынок рассматривается в диссертационном исследовании как относительно обособленная, устойчиво локализованная сегментная подсистема национального рынка, которая структурно и функционально выделилась на основе территориального и отраслевого разделения труда в соответствии с природно-техническими и социально-экономическими условиями конкретного экономического пространства. Эта подсистема специфична по субъектам и объектам отношений, ограниченным ресурсам и эксплуатируемым факторам, осуществляемым проектам и процессам, уровню концентрации и специализации транзакций, степени монополии и конкуренции, а также по сопутствующим интернальным и экстернальным эффектам.

Структурно-функциональное представление регионального потребительского рынка позволило выявить имеющиеся противоречия и несоответствия между его структурой и функциями. Развитие специализации, постоянное обновление ассортимента продукции и услуг, глубокие сдвиги в структуре общественных потребностей неизмеримо усложнили взаимосвязи производства и потребления, значительно расширили и видоизменили функции отраслей потребительского рынка региона. Так организации, осуществляющие деятельность в потребительском секторе, из посредника между производством и потреблением превратились в активного участника, определяющего их динамику и структуру, решая какие товары (импортные или отечественные), в каком ассортименте и какого качества будут доступны для потребителя.

Проблема разнонаправленности интересов потребителей, предприятий регионального потребительского рынка и товаропроизводителей приводит к значительному сужению выбора товаров и услуг для покупателей и снижению результативности работы производителей товаров, сокращению поступлений налогов в бюджеты различного уровня, повышению безработицы и ухудшению социально-экономического положения в регионе.

Рассматривая региональный потребительский рынок как систему транзакционных отношений, связывающих производителей и продавцов товаров и услуг с их покупателями и потребителями на основе совмещения реального спроса и предложения посредством достижения согласованных цен, возможно определить вектор и содержание его глубокого обновления. Основными направлениями данного процесса становятся: создание необходимых институций и организаций субъектов и агентов; достижение достаточного уровня коммуникации и координации взаимодействия в рыночной среде; обеспечение гармонизации интересов участников рыночных отношений; достижение системного результата обновления параметров полезности и стоимости товаров и услуг, размеров затрат и эффектов; обеспечение проектного внедрения актуальных и рациональных инноваций.

Модернизация регионального потребительского рынка – эволюционная форма глубокого обновления всех трансформационных (работники, техника и материалы) и транзакционных (институции, организации и информация) факторов деятельности участников рынка для приведения их в соответствие с изменившимися макро и мезо экономическими условиями, преодоления накопленных деформаций и диспропорций, обеспечения эффективного функционирования его секторов и сегментов. Она сочетает органический и неорганический компоненты, осуществляется в догоняющем режиме при доминировании внешних сил. Реализация стратегии структурно-функциональной модернизации регионального потребительского рынка предполагает получение различных целевых эффектов на всех уровнях, имеющих экономическую и социальную составляющую, критерием

достижения целей данной модернизации является интегральный показатель состояния уровня его развития, позволяющий оценить ее экономическую и социальную эффективность.

Второй комплекс проблем диссертационного исследования связан с анализом динамики развития потребительского рынка региона, позволившим выявить количественные и качественные характеристики развития его отраслей, возможности и сильные стороны функционирования потребительского рынка региона в актуальном времени, а также слабые стороны, внутренние и внешние угрозы его пространства при реализации стратегии модернизации.

Проведенный в работе анализ спроса и предложения на региональном потребительском рынке показал их пространственно-территориальную неравномерность, зависящую от региональной и территориальной аллокации основных его субъектов и ресурсов (табл. 1).

Таблица 1

**Территориальное распределение предприятий потребительского рынка
Волгоградской области по состоянию на 01.01.2010 г.**

Территориальные образования	Предприятия торговли, % от общего количества	Предприятия общественного питания, % от общего количества	Предприятия по оказанию платных услуг населению, % от общего количества	Всего предприятий потребительского рынка, %
Волгоградская область	100	100	100	100
Всего по городским округам, в том числе	56,4	88,6	78,8	69,6
г. Волгоград	37,3	72,2	61,3	51,4
г. Волжский	5,4	9,9	11,5	8,8
г. Камышин	4,8	3,8	3	3,8
г. Михайловка	4,9	1,2	1,2	2,8
г. Урюпинск	2,1	0,8	1,1	1,5
г. Фролово	1,9	0,6	0,7	1,2
Всего по районам	43,6	11,4	21,2	30,4

Параметры и соотношение спроса и предложения на региональном потребительском рынке определяются территориальной концентрацией основных его субъектов. Концентрация спроса выражает процесс сосредоточения потребителей на пространственно локализованных территориях. Определение показателей территориальной концентрации рынка и проведенное на их основе зонирование, позволило выделить и сравнить зоны концентрации спроса, обозначить их центры, границы автономных и зависимых периферийных зон развития отраслей потребительского рынка региона.

Расширение деятельности сетевых компаний усиливает пространственно-временную асимметрию организации экономики региона. Экспансия сетевых компаний обнаруживает тенденцию освоения потребительского рынка региона сетями от центра к периферии с выделением узлов сетевой локации в зонах повышенной концентрации спроса.

Основной проблемой функционирования потребительского рынка Волгоградской области является неравномерность территориального развития, что в свою очередь приводит к асимметрии спроса и предложения и неравномерности экономического развития региона в целом.

Проведенное исследование потребительского рынка Волгоградской области дает возможность сформулировать существующие проблемы отраслей потребительского сектора, порожденные внутренними и внешними противоречиями (табл. 2).

Целями проведения структурно-функциональной модернизации регионального потребительского рынка являются создание эффективной товаропроводящей системы организации рынка, обеспечение баланса интересов субъектов различных уровней в развитии потребительского сектора, создание благоприятных условий для предприятий разных размеров и организационно-правовых форм, что обусловлено необходимостью равномерного пространственно-территориального покрытия спроса и удовлетворения потребностей всех социальных групп населения.

Таблица 2

**Проблемы развития потребительского рынка
Волгоградской области в аспекте его модернизации**

Проблема	Содержание проблемы
Недостаточная эффективность государственного регулирования потребительского рынка	<ul style="list-style-type: none"> - недостаточность внимания со стороны государственных органов к некоторым аспектам функционирования отраслей потребительского рынка; - противоречивость и неоднозначность толкования нормативных актов, регулирующих потребительский рынок; - отсутствие в некоторых случаях четкого разграничения полномочий по регулированию торговой деятельности между федеральными и региональными властями
Недостаточный уровень развития инфраструктуры потребительского рынка	<ul style="list-style-type: none"> - недостаток торговых и складских объектов, высокая стоимость аренды и цен на объекты недвижимости и землю, высокая стоимость проведения коммуникаций; - недостаток специализированного транспорта и логистической инфраструктуры
Низкая привлекательность отдельных территорий региона	<ul style="list-style-type: none"> - низкий уровень среднедушевых доходов и низкая плотность населения; - слабое развитие инфраструктуры на удаленных территориях
Низкая конкурентоспособность местных предприятий потребительского рынка по сравнению с зарубежными предприятиями и федеральными сетями	<ul style="list-style-type: none"> - отсутствие квалифицированных кадров; - дефицит финансовых ресурсов; - недостаточная поддержка малого и среднего предпринимательства; - рост издержек и снижение эффективности работы предприятий, слабое внедрение инноваций в бизнес-процессы предприятий

Третья группа проблем, рассматриваемых в диссертационном исследовании, связана с определением перспективных направлений модернизации регионального потребительского рынка. Модернизацию потребительского рынка региона необходимо проводить в рамках системного подхода в строгой логической последовательности с учетом выбранных направлений и критериев, постоянно обмениваясь информацией, сопоставлять полученные на определенном этапе результаты с желаемыми. Это позволит своевременно скорректировать направления, планы, методы осуществления модернизационных преобразований. Такая последовательность действий по реализации намеченной и утвержденной стратегии может быть представлена в виде алгоритма (рис. 1).

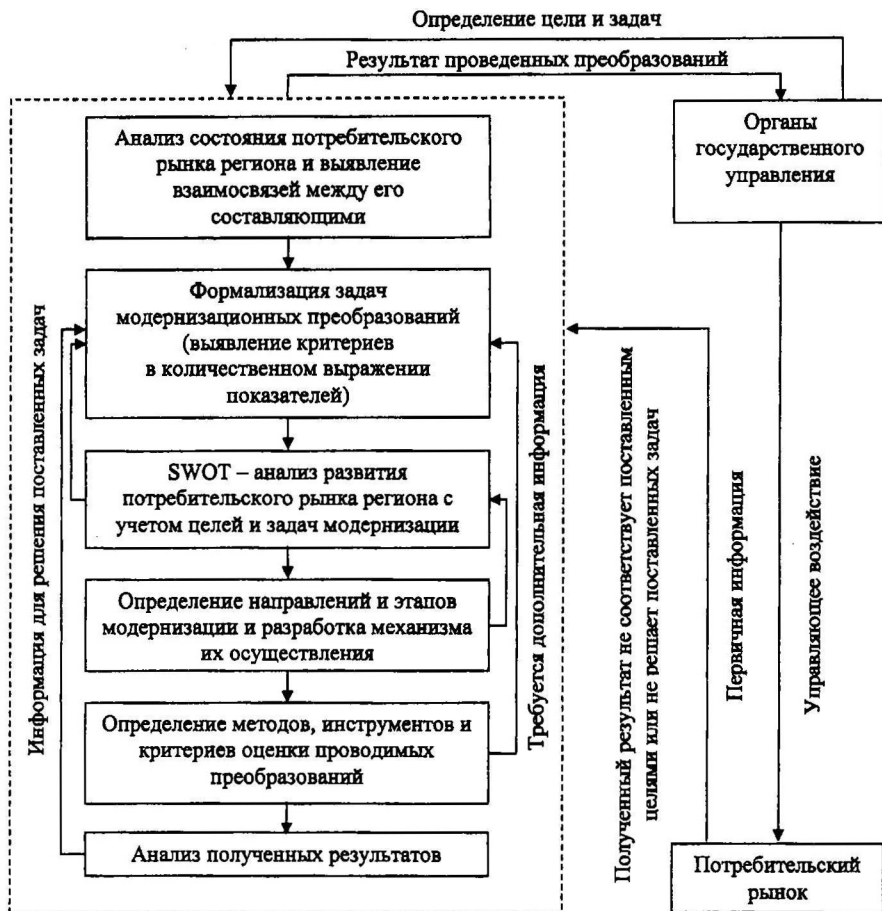


Рис.1. Алгоритм последовательности осуществления модернизации регионального потребительского рынка

Осуществление структурно-функциональной модернизации по своей сути предполагает систему трансформаций, которая имела бы необходимый набор методов, инструментов и форм, позволяющих, с одной стороны, реализовывать поставленные цели (как краткосрочные, так и долгосрочные), а, с другой стороны, адаптироваться с наименьшими затратами к постоянно меняющейся внешней среде. Другими словами, механизм модернизации регионального потребительского рынка представляет собой систему разрешения внутренних

(между ее элементами) и внешних (с другими сферами среды) противоречий ее функционирования для обеспечения конкурентоспособного, устойчивого и безопасного развития индивидуальных и ассоциированных хозяйственных субъектов региона.

Необходимо сформировать новые территориальные центры роста как в районах концентрации предприятий потребительского рынка, так и в отдаленных районах, обеспечивая доступность потребительского рынка в цивилизованных формах его организации, пропорциональность развития всех элементов инфраструктуры потребительского рынка в городских округах и муниципальных районах Волгоградской области, снизив масштабы регионального неравенства. Для чего предполагается осуществить ряд мероприятий, способствующих проведению структурно-функциональной модернизации регионального потребительского рынка (табл. 3).

Стратегия модернизации потребительского рынка региона должна быть направлена на решение основных проблем и реализацию приоритетных направлений развития региона. При этом следует отметить, что инфраструктурное развитие региона должно быть опережающим по отношению к его экономическому (отраслевому) развитию, поскольку развитая инфраструктура для большинства отраслей и секторов экономики является одним из ключевых факторов успеха и неперенным условием размещения бизнеса на территории того или иного региона. Для определения комплекса инструментов государственного стимулирования развития потребительского рынка Волгоградской области в малонаселенных и отдаленных территориях в рамках диссертационного исследования проведена классификация муниципальных образований и населенных пунктов по степени экономической привлекательности для организаций потребительского рынка и применен дифференцированный подход к развитию потребительского рынка каждого типа территорий.

Основные технологические блоки структурно-функциональной модернизации регионального потребительского рынка

Мероприятия, способствующие проведению структурной модернизации	Взаимосвязь с другими программными документами и направлениями развития региона	Решаемые задачи в ходе выполнения данных мероприятий
Разработка программы развития инфраструктуры потребительского рынка региона	Необходимо увязать с региональной стратегией развития, сформулировать требования к целевым темпам развития коммунальной и транспортной инфраструктуры	Опережающее развитие инфраструктурных объектов потребительского рынка в соответствии с прогнозами социально-экономического развития региона
Проведение градостроительного планирования, предусматривающего выделение необходимых земель и площадей для торговых, логистических и других аналогичных организаций	Должно быть связано с программами развития Волгоградской области и муниципальных образований, т.е. учитывать перспективное развитие экономической и демографической ситуации, тип поселения, его архитектурные и исторические особенности и др.	Обеспечение равномерного и соответствующего потребностям населения развития потребительского рынка
Разработка системы тендеров, проведение открытых аукционов по предоставлению земель и площадей под строительство торговых объектов и объектов инфраструктуры	В основу должны быть положены закон «О защите конкуренции» и закон «О размещении заказов на поставки товаров, выполнение работ, оказание услуг для государственных и муниципальных нужд»	Создание равных условий для всех субъектов потребительского рынка региона, обеспечение прозрачности и открытости, снижение уровня коррупции
Разработка и утверждение методики расчета и порядка установления субъектами РФ дифференцированных арендных ставок за предоставляемые торговым организациям в аренду площади, находящиеся в муниципальной или региональной собственности	Критерием определения значений дифференциальных показателей стоимости аренды должен являться норматив минимальной обеспеченности населения площадями торговых объектов	Привлечение в потребительский сектор организации и представителей малого бизнеса

Стратегия модернизации потребительского рынка региона должна быть направлена на решение основных проблем и реализацию приоритетных направлений развития региона. При этом следует отметить, что инфраструктурное развитие региона должно быть опережающим по отношению к его экономическому (отраслевому) развитию, поскольку развитая инфраструктура для большинства отраслей и секторов экономики является одним из ключевых факторов успеха и неперенным условием размещения бизнеса на территории того или иного региона. Для определения комплекса инструментов государственного стимулирования развития потребительского рынка Волгоградской области в малонаселенных и отдаленных территориях в рамках диссертационного исследования проведена классификация муниципальных образований и населенных пунктов по степени экономической привлекательности для организаций потребительского рынка и применен дифференцированный подход к развитию потребительского рынка каждого типа территорий.

Для достижения целей структурно-функциональной модернизации потребительского рынка региона необходимо взаимодействие всех субъектов данного рынка с участием органов государственной власти всех уровней, направленное на повышение конкурентоспособности отраслей потребительского рынка.

Мезоэкономический механизм модернизации потребительского рынка региона неразрывно связан с микроэкономическим механизмом, так как все преобразования, обуславливающие развитие отраслей потребительского сектора, происходят, прежде всего, внутри предприятий, как ответная реакция на изменение внешних факторов с целью достижения устойчивого развития и извлечение прибыли.

Реализация стратегии структурно-функциональной модернизации потребительского рынка региона на микроуровне предусматривает выделение хозяйствующего субъекта как самостоятельного объекта целенаправленных инноваций, обеспечивающих не только количественные, но принципиально

новые качественные изменения структуры предприятия и выполняемых им функций. Инновационный бизнес-процесс предприятия потребительского рынка, представляющий собой последовательную взаимосвязь элементов, обеспечивает реализацию внешней и внутренней социально-экономических функций предприятия (рис. 2).



Рис. 2. Модель инновационного бизнес-процесса предприятия потребительского рынка

Разработанные и закреплённые в стратегии направления деятельности фирмы приобретают тактическую конкретность в системе показателей методики оценки эффективности бизнес-процессов на предприятиях, сгруппированных по основным направлениям деятельности организаций потребительского рынка: повышение профессионального уровня сотрудников предприятия; оптимизация внутрифирменных бизнес-процессов; улучшение финансовых показателей деятельности предприятия, которая позволяет повысить эффективность механизма коррекции их деятельности, обеспечить регулярное приведение их потенциала в соответствие с внешними и

внутренними вызовами и угрозами посредством совершенствования управления и функционирования в тактическом и стратегическом аспектах.

Механизм коррекции в данном случае будет нацелен на приведение внутренних возможностей и слабых сторон предприятия потребительского рынка региона в соответствие с внешними угрозами и определенными возможностями. Применение системы мониторинга и коррекции рыночного механизма позволяет оптимизировать функционирование и управление предприятием в тактическом и стратегическом аспектах.

В заключении диссертации сформулированы основные выводы теоретического, методического и практического характера, систематизированы предложения по совершенствованию направлений модернизации регионального потребительского рынка с целью достижения ее максимальной эффективности.

ПУБЛИКАЦИИ ПО ТЕМЕ ДИССЕРТАЦИИ

Статьи в журналах и изданиях, рекомендованных ВАК РФ:

1. Зверев, А. В. Теоретические основы модернизации регионального потребительского рынка / А. В. Зверев, О. В. Фетисова // ФЭС: Финансы. Экономика. Стратегия. – 2011. – № 3. – С. 42–27. – 1 / 0,5 п.л.
2. Зверев, А. В. Основные направления модернизации локального потребительского рынка / А. В. Зверев // Риск: Ресурсы. Информация. Снабжение. Конкуренция. – 2010. – № 3. – С. 116–121. – 0,7 п.л.
3. Зверев, А. В. Модели управления прибылью корпорации, функционирующей на потребительском рынке / А. В. Зверев // Предпринимательство. – 2009. – № 8. – С. 169–173. – 0,25 п.л.
4. Зверев, А. В. Методы управления прибылью корпорации, функционирующей на потребительском рынке / А. В. Зверев // Тетра Economicus (Экономический вестник Ростовского государственного университета). – 2008. – Том 6. – № 4. – Ч. 3. – С. 173–176. – 0,35 п.л.

Статьи и тезисы докладов в других изданиях:

5. Зверев, А. В. Эффективное управление розничными сетями / А.В. Зверев // Современное состояние и перспективы развития экономики России: Сборник статей V Всероссийской научно-практической конференции. – Пенза: Издательство «Приволжский Дом знаний», 2007. – С. 178–182. – 0,30 п.л.
6. Зверев, А. В. Факторы, определяющие прибыль корпорации, действующей на потребительском рынке / А. В. Зверев, О. Н.Сорокина // Теория, практика и перспективы развития современного сервиса: материалы III Межвузовской научно-практической конференции молодых ученых и студентов. – Волгоград : Изд-во ВолГУ, 2008. – С. 22–25. – 0,2 / 0,1 п.л.
7. Зверев, А. В. Структурная модернизация локального потребительского рынка: эффективность новых организационных форматов / А. В.Зверев // Актуальные вопросы развития инновационной экономики в современном обществе: материалы Международной научно-практической конференции, г. Саратов: Издательство ИЦ «Наука», 2010 г. – С. 164–170. – 0,5 п.л.
8. Зверев, А. В. Структурная динамика регионального потребительского рынка / А. В.Зверев // Экономические аспекты антикризисного развития современного общества: материалы Международной научно-практической конференции, г. Саратов: Издательство ИЦ «Наука», 2010 г. – С. 22–25. – 0,30 п.л.
9. Зверев, А. В. Структурно-функциональная модернизация потребительского рынка региона: микроуровень / А. В. Зверев // Эффективное освоение новшеств, информации и идей – условие модернизации хозяйственных систем: материалы Всероссийской научно-практической конференции, Волгоград: Издательство ВолГУ, 2011 – С. 143–165. – 0,4 п.л.
10. Зверев, А. В. Основные тенденции развития отраслей потребительского рынка России / А. В.Зверев // Проблемы инновационной экономики,

модернизации и технологического развития: материалы II Международной научно-практической конференции, г. Пенза: Издательство «Приволжский Дом знаний», 2011. – С. 241–252. – 0,4 п.л.

11. Зверев, А. В. Анализ структурной динамики отраслей потребительского рынка региона / А. В. Зверев, О. В. Фетисова // Экономика и управление: актуальные проблемы и тенденции развития: материалы Международной заочной научно-практической конференции. – Новосибирск: Издательство «ЭНСКЕ», 2011. – С. 55–67. – 0,85 / 0,42 п.л.
12. Зверев, А. В. Структурно-функциональная модернизация регионального потребительского рынка / А. В. Зверев, О. В. Фетисова // Волгоград: Издательство ВолГУ, 2011. – 220 с. – 9,5 / 4,7 п.л.

Подписано в печать 17.05 2011 г. Формат 60×84/16.
Бумага офсетная. Гарнитура Таймс. Усл. печ. л. 1,2.
Тираж 130 экз. Заказ 144.

Издательство Волгоградского государственного университета.
400062 Волгоград, просп. Университетский, 100.
E-mail: izvolgu@volsu.ru

